

People. Innovation. Excellence.



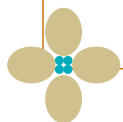
ISSN: 2087-1236

Volume 6 No. 3 Juli 2015



# humaniora

Language, People, Art, and Communication Studies



humaniora	Vol. 6	No. 3	Hlm. 291-432	Jakarta Juli 2015	ISSN: 2087-1236
-----------	--------	-------	-----------------	----------------------	--------------------

# HUMANIORA

Language, People, Art, and Communication Studies

Vol. 6 No. 3 Juli 2015

<b>Pelindung</b>	Rector of BINUS University	
<b>Penanggung Jawab</b>	Vice Rector of Research and Technology Transfer	
<b>Ketua Penyunting</b>	Endang Ernawati	
<b>Penyunting Pelaksana Internal</b>		
	Akun Retnowati Agnes Herawati lenneke Indra Dewi Menik Winiharti Almodad Biduk Asmani Nalti Novianti Rosita Ningrum Elisa Carolina Marion Ratna Handayani Linda Unsriana Dewi Andriani Rudi Hartono Manurung Roberto Masami Andyni Khosasih	Dahana Sofi Sri Haryanti Sugiato Lim Xuc Lin Shidarta Besar Bambang Pratama Mita Purbasari Wahidiyat Lintang Widyokusumo Satrya Mahardhika Danendro Adi Tunjung Riyadi Budi Sriherlambang Yunida Sofiana
		Trisnawati Sunarti N Dila Hendrassukma Dominikus Tulasi Ulani Yunus Lidya Wati Evelina Aa Bambang Nursamsiah Asharini Rahmat Edi Irawan Muhammad Aras Frederikus Fios Yustinus Suhardi Ruman Tirta N. Mursitama Johannes Herlijanto Pingkan C. B. Rumondor Juneman
<b>Penyunting Pelaksana Eksternal</b>		
	Ganal Rudiyanto	Universitas Trisakti
<b>Editor/Setter</b>	I. Didimus Manulang Haryo Sutanto Holil Atmawati	
<b>Sekretariat</b>	Nandya Ayu Dina Nurfitri	
<b>Alamat Redaksi</b>	Research and Technology Transfer Office Universitas Bina Nusantara Kampus Anggrek, Jl. Kebon Jeruk Raya 27 Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11530 Telp. 021-5350660 ext. 1705/1708 Fax 021-5300244 Email: ernaw@binus.edu, nayu@binus.edu	
<b>Terbit &amp; ISSN</b>	Terbit 4 (empat) kali dalam setahun (Januari, April, Juli dan Oktober) ISSN: 2087-1236	

# HUMANIORA

Language, People, Art, and Communication Studies

Vol. 6 No. 3 Juli 2015

## DAFTAR ISI

<b>Retnowati</b> Symbols and Sexual Perversion of Laura Wingfield in Tennessee Williams's <i>the Glass Menagerie</i> .....	291-299
<b>Rani Agias Fitri; Indri Putriani</b> Tipe Kepribadian dan Tahapan Komunikasi Intim pada Dewasa Awal .....	300-311
<b>Rina Kartika</b> Memilih dan Memanfaatkan Tipografi .....	312-318
<b>Fu Ruomei</b> Teaching Design and Practice of Chinese Film Course at Binus University .....	319-324
<b>D. Rio Adiwijaya; Anita Rahardja</b> Practice as 'Research' within the Context of Art and Design Academia: A Brief Excursion into its Philosophical Underpinnings .....	325-333
<b>Lydia Anggreani</b> A Brief Analysis of Errors and Their Causes of Indonesian Students Learning Chinese Characters .....	334-338
<b>Yunida Sofiana</b> Memahami Estetika dari Sudut Pandang Desain Interior .....	339-347
<b>Clara Herlina Karjo</b> Which Teacher-Student Interaction Triggers Students' Uptake .....	348-357
<b>Lelo Yosep Laurentius</b> Strategi Pemberdayaan Perusahaan Waralaba Lokal menuju Waralaba Global: Studi Kasus <i>Good Corporate Governance</i> oleh Eksekutif Puncak di J.Co, Es Teller 77, dan Pecel Lele Lela .....	358-366
<b>Amarena Nediari; Grace Hartanti</b> Pendokumentasian Aplikasi Ragam Hias Budaya Betawi pada Desain Interior Ruang Publik Café Betawi .....	367-381
<b>Elda Franzia</b> Pengaruh Foto Profil dan <i>Cover</i> pada Jejaring Sosial <i>Facebook</i> dalam Membentuk <i>Personal Branding</i> : Studi Kasus Mahasiswa dan Alumni FSRD Universitas Trisakti .....	382-394
<b>Polniwati Salim</b> Memaknai Arsitektur dan Ragam Hias pada Rumah Khas Betawi di Jakarta sebagai Upaya Pelestarian Budaya Bangsa .....	395-402
<b>Budi Sriherlambang</b> Konsep Pelayanan Garuda Indonesia Experience dan Konstruksi Makna dalam <i>Network Society</i> .....	403-411

# HUMANIORA

Language, People, Art, and Communication Studies

Vol. 6 No. 3 Juli 2015

## DAFTAR ISI

<b>Agus Masrukhin</b> Type of Mental of Successful Entrepreneur: A Qualitative Study of Bob Sadino's Experience ..	412-417
<b>Deni Setiawan; Timbul Haryono; M. Agus Burhan</b> Analisis Fungsi Pakaian Karnaval di Yogyakarta menurut Roland Barthes dan Fungsi Seni Edmund Burke Feldman .....	418-432

# ANALISIS FUNGSI PAKAIAN KARNAVAL DI YOGYAKARTA MENURUT ROLAND BARTHES DAN FUNGSI SENI EDMUND BURKE FELMAND

Deni Setiawan<sup>1</sup>; Timbul Haryono<sup>2</sup>; M. Agus Burhan<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Pengkajian Seni Pertunjukan dan Seni Rupa,  
Pascasarjana Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

PGSD, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Semarang

<sup>2</sup>Program Studi Pengkajian Seni Pertunjukan dan Seni Rupa, Pascasarjana Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

<sup>3</sup>Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia, Yogyakarta

<sup>1</sup>denijusmani@gmail.com; deni.setiawan@mail.ugm.ac.id1

## ABSTRACT

*Carnival clothing is one form of artists' creativities in fine art, created in various functions. Those functions are viewed based on utility value and the purpose that consistently are embedded in an art work. In addition, several functions of carnival clothing were constructed on the basis of social and cultural conditions that are effective in a certain place. Each and every type of clothing raises perception to everyone else who sees it. Promotion of fashion style and industry through carnival clothing results in diverse perceptions acceptable to the viewers. Audience's perceptions are also not apart from the key functions, social ones, and the physical ones of those carnival clothings themselves. Those three functions are the common ones of each art work created as communication tool with everyone else. The carnival clothings are communication tools of the fashion designer to the customers, communication between one customer and another one. On the carnival clothing there are also sources of knowledge science, history, technology, and many other explainable meanings. Through carnival clothings, the detectable issues in physical and non-physical structures are identifiable as well as they play role as the space to make more exploration on the dynamics of a community culture. This article aims to answer the functions of carnival clothing, using aesthetic approach, through the theory of clothing functions Roland Barthes and Edmund Burke Feldman's art functions.*

**Keywords:** *carnival clothing, cosplay, physical structure, art work*

## ABSTRAK

*Pakaian karnaval merupakan salah satu wujud kreativitas seniman di bidang seni rupa, yang diciptakan dengan berbagai macam fungsi. Fungsi-fungsi tersebut, dilihat berdasarkan nilai kegunaan dan tujuan yang secara konsistensi melekat pada sebuah karya seni. Selain itu, beberapa fungsi pakaian karnaval terbentuk atas dasar kondisi sosial dan budaya yang berlaku pada satu tempat tertentu. Setiap jenis pakaian, memunculkan persepsi bagi orang lain yang melihatnya. Promosi industri dan gaya pakaian melalui pakaian karnaval, menghasilkan beraneka ragam persepsi yang diterima oleh penonton. Persepsi penonton tidak dapat terlepas pula dari fungsi pokok, fungsi sosial, dan fungsi fisik dari pakaian karnaval itu sendiri. Ketiga fungsi tersebut merupakan fungsi umum setiap karya seni, yang diciptakan sebagai sarana komunikasi kepada orang lain. Pakaian karnaval merupakan sarana komunikasi dari perancang pakaian kepada konsumen, komunikasi antara konsumen dengan konsumen lainnya. Pada pakaian karnaval terdapat pula sumber ilmu pengetahuan, sejarah, teknologi, dan makna-makna lain yang dapat diuraikan. Melalui pakaian karnaval dapat diidentifikasi persoalan yang tampak pada struktur fisik dan nonfisik, serta menjadi ruang eksplorasi atas dinamisnya sebuah kebudayaan masyarakat. Penulisan bertujuan untuk menjawab fungsi-fungsi pakaian karnaval, dengan menggunakan pendekatan estetika, melalui teori fungsi pakaian Roland Barthes dan fungsi seni Edmund Burke Feldman.*

**Kata kunci:** *pakaian karnaval, cosplay, struktur fisik, karya seni*

## PENDAHULUAN

Jenis dan gaya pakaian selalu mengalami perkembangan dalam kehidupan sosial. Hal tersebut terbentuk melalui kontak antarpersonal masyarakat, termasuk adanya kontak yang terjadi dengan industri pakaian. Gaya pakaian menampilkan bermacam-macam tanda yang berbicara budaya dan pesan tertentu. Istilah tanda ini diinterpretasikan sebagai bahasa yang ingin dikomunikasikan. Bahasa yang digunakan oleh suatu masyarakat merupakan refleksi dari keseluruhan kebudayaan masyarakat yang bersangkutan (Ahimsa-Putra, 2001:24–25). Karena pakaian bukan saja menjadi sebuah benda mati, melainkan bagian dari sebuah artefak, yang menyimpan berbagai informasi penting bagi orang lain. Setiap jenis dan gaya pakaian memiliki sejarah, termasuk tentang orang yang memakainya (Morris, 1977:213). Paling tidak, serangkaian proses penciptaan pada pakaian, dapat menjadi sebuah sejarah, yang dapat disajikan dalam bentuk data ilmiah. Pakaian merupakan sebuah perangkat yang digunakan dalam kelompok masyarakat untuk saling berkomunikasi, berekspresi, dan sering digunakan untuk penanda identitas kultural. Pakaian merupakan cara mengekspresikan dan merefleksikan identitas kelas, bahwa manusia yang anggota kelas sosial dan mengomunikasikan keanggotaannya melalui pakaian (Barnard, 2009:145). Identitas kultural dan identitas kelas merupakan penanda penting, di antara penanda-penanda lain yang ada dalam konteks masyarakat, sebagai salah satu usaha untuk menunjukkan eksistensinya sebagai makhluk sosial.

Adanya peran media massa sebagai sarana informasi canggih dan tersedianya wadah seni (komunitas) memberikan dukungan atas keinginan perancang pakaian untuk mengembangkan dan memopulerkan bermacam-macam gaya pakaian. Akan tetapi, terdapat peran aktif dari konsumen yang ikut serta menentukan kelanjutan bermacam-macam gaya pakaian tersebut. Konsumen menjadi titik akhir dan penentu, mengenai tren atau tidaknya salah satu jenis gaya pakaian yang diciptakan oleh para perancang, dan media massa memiliki peran penting untuk memengaruhi persepsi para konsumen. Fungsi-fungsi ganda pakaian yang terjadi dalam masyarakat menghadirkan dimensi pikir baru dalam hal penciptaan dan penggunaan pakaian. Nilai-nilai hakiki pakaian, yang tadinya sebagai salah kebutuhan pokok dalam kehidupan, diformulasi ulang menjadi satu set pakaian karnaval, pakaian yang identik untuk kemewahan dan pemenuhan akan rasa keindahan, sebagai bagian kebutuhan psikologis. Istilah pakaian karnaval adalah untuk menunjukkan perlakuan khusus terhadap pakaian tertentu, baik dalam penyajian kemasan, tempat, dan waktu. Dalam penulisan selanjutnya, istilah pakaian karnaval digunakan untuk menunjuk pakaian Karnaval *Jogja Fashion Week* (KJFW) dan termasuk di dalamnya terdapat gaya pakaian *cosplay*.

Pakaian *cosplay* sebagai peserta dalam acara Karnaval *Jogja Fashion Week* (KJFW) memiliki keterbatasan dibandingkan pakaian karnaval sebagai sebuah benda untuk dipamerkan kepada penonton. Pakaian KJFW, termasuk gaya *cosplay* dengan memodifikasi kain batik, memiliki gagasan untuk meningkatkan citra dan nilai ekonomi kain nusantara sebagai produk kriya. Menurut Gustami (1992:71), kriya dalam konteks masa lalu sering dimaknai sebagai suatu karya seni yang unik, dengan karakteristik yang memiliki unsur estetika, simbolis, filosofis, bersifat fungsional, dan rumit dalam proses pembuatannya. Kain tradisional Indonesia dikemas dengan kreativitas tinggi, sehingga menjadi sebuah pakaian karnaval dengan konsep penciptaan bersumber pada cerita rakyat, legenda, dan mitologi yang berkembang pada masyarakat tradisional. Selain menikmati dan menyaksikan sajian karya seni, masyarakat tetap mendapatkan edukasi budaya melalui gaya pakaian karnaval. Demikian pula dengan pakaian *cosplay* (Jepang=*Kosupure*), sebagai sebuah perwujudan dari pakaian fantasi yang bersumber pada komik dan film animasi, dengan modifikasi menggunakan bahan dan sumber penciptaan dari beberapa daerah, hadir sebagai usaha untuk promosi kebudayaan Indonesia.

Fungsi-fungsi yang melekat pada pakaian karnaval, sebetulnya masih sejalan dengan apa yang dicetuskan oleh Morris (2002:320) mengenai fungsi pokok pakaian, yaitu pakaian untuk kenyamanan, pakaian untuk kepantasan, dan pakaian sebagai benda pameran. Pakaian KJFW dan *cosplay* dengan segala aksesoris, masuk pada bagian pakaian sebagai benda pameran, tanpa mengabaikan persoalan kenyamanan dan nilai kepantasan. Kenyamanan pakaian menyangkut permasalahan fisik dan

psikologis, nyaman konteks fisik dan sosial, bahkan lebih jauh nyaman dalam konteks budaya dan agama. Nilai kepantasan tentang bagaimana sebuah gaya pakaian dapat ditempatkan sesuai dengan tujuan dan konsep penciptaan pakaian. Nilai kepantasan ini juga yang menempatkan pakaian karnaval terbatas konteksnya sebagai benda pameran, bukan untuk tujuan pakaian kasual. Pakaian karnaval sebagai benda dengan fungsi pokok untuk dipamerkan akan sering kali mengabaikan konvensi berpakaian pada umumnya, lebih bersifat ekspresi, dan merupakan ungkapan dalam wujud karya seni.

Fungsi kenyamanan merupakan hal pokok dan paling penting, tidak masuk pada persoalan sosial, dan masuk wilayah pribadi (Morris, 2002:320). Morris menyebut hal tersebut sebagai fungsi pokok, untuk memberi rasa aman dan nyaman pada tubuh, tanpa terhubung dengan ranah sosial. Karena fungsi kepantasan dan benda pameran, memiliki kecenderungan untuk masuk pada ranah masyarakat sosial, hal tersebut terkadang akan berbicara persoalan kepuasan psikologis. Sejak awal pakaian memang diciptakan untuk melindungi tubuh dari berbagai macam masalah, termasuk menjaga dari penyakit, sebelum masuk pada pakaian sebagai jawaban atas kebutuhan rasa keindahan. Pada pakaian karnaval, pakaian mengalami perubahan pemaknaan dan tujuan penggunaan, yang berbeda dengan pakaian kasual. Jika menurut Corson (1981), pakaian karnaval masuk pada kategori pakaian fantasi, yang hanya dapat diterima oleh kelompok, disajikan dalam konteks waktu, tempat, dan wacana tertentu saja. Dengan demikian, terdapat keterbatasan yang memang menjadi ciri dari sebuah pakaian karnaval, sebagai produk dan karya seni. Di dalam pakaian karnaval terdapat unsur seni rupa yang mewakili nilai rasa dan ekspresi seorang perancang pakaian. Kemampuan untuk mencipta berdasarkan tema yang ditentukan bukanlah pekerjaan yang mudah, sehingga konsep penciptaan suatu pakaian karnaval dapat dijadikan sebagai landasan pikir suatu karya seni yang mewakili zaman tertentu.

Pakaian karnaval dapat diuraikan dengan meminjam gagasan dan teori yang dicetuskan oleh Roland Barthes, bahwa pakaian mempunyai beberapa fungsi pokok, yaitu: pakaian menghasilkan persepsi dan terdapat proses eksplorasi, pakaian yang berfungsi sebagai sumber ilmu pengetahuan, pakaian menghasilkan fungsi eksplorasi dan identifikasi, dan sebagai alat komunikasi (Barthes, 1983:13–15). Di antara fungsi seni, mempunyai ikatan-ikatan tertentu dengan fungsi-fungsi pakaian KJFW dan *cosplay* di Yogyakarta, dengan asumsi bahwa pakaian karnaval juga merupakan karya seni dan tidak dapat berdiri sendiri tanpa masyarakat sosial penggerakannya. Selain pemikiran Roland Barthes, diuraikan pula dengan meminjam gagasan Feldman (1967) yang mengklasifikasikan tiga fungsi seni, yaitu: *personal functions of art*, *the social function of art*, dan *the physical functions of art*. Tiga fungsi seni tersebut digunakan untuk menganalisis fungsi-fungsi pakaian karnaval.

## METODE

Penulisan analisis fungsi pakaian karnaval berjenis data kualitatif, dengan pendekatan estetika, menggunakan teori fungsi pakaian Roland Barthes dan teori fungsi seni Edmund Burke Feldman. Kedua teori tersebut digunakan sebagai alat analisis untuk menguraikan fungsi-fungsi pakaian karnaval pada masyarakat sosial dan konsumen di Yogyakarta. Kedua teori fungsi tersebut memiliki kesamaan untuk menguraikan pakaian karnaval dari aspek pokok yang dimiliki oleh setiap karya seni, aspek fisik untuk menguraikan ragam visual yang tampak pada permukaan pakaian, dan aspek sosial untuk melihat fungsi sosial, termasuk mengkaji makna-makna pakaian.

Pengamatan langsung dilakukan pada 2009–2014, yang diperkuat dengan data tertulis, termasuk menggunakan narasumber dengan cara wawancara tertulis dan lisan. Pengumpulan data penunjang bersumber dari pustaka lain, baik data cetak dan data elektronik. Penggunaan data cetak bersumber dari jurnal, surat kabar, majalah, dan tabloid. Sedangkan data elektronik bersumber pada televisi, media massa elektronik, termasuk akses Internet. Narasumber dipilih atas partisipasi dan peran terhadap acara KJFW, baik sebagai perancang pakaian, peserta karnaval dan konsumen, maupun sebagai panitia penyelenggara.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menganalisis fungsi-fungsi pakaian karnaval, digunakan teori fungsi pakaian Roland Barthes dan teori fungsi seni Edmund Burke Feldman, yang diuraikan sebagai berikut.

### Fungsi Pakaian Menurut Roland Barthes

Berdasarkan pada fungsi pakaian pemikiran Barthes, dapat digunakan untuk menganalisis fungsi pakaian karnaval. *Pertama*, satu jenis gaya pakaian menghasilkan beberapa persepsi dari orang yang melihat, terjadi suatu proses eksplorasi terhadap gaya pakaian yang ditampilkan, menghasilkan beberapa interpretasi terhadap pakaian karnaval. Sama halnya dengan karya seni lainnya, akan menghasilkan persepsi-persepsi, tidak terkecuali dengan pakaian KJFW dan *cosplay* karena setiap karya seni terdiri atas struktur atau desain yang berisi lambang-lambang. Lambang-lambang yang dimaksud memiliki keterkaitan dengan makna dan isi muatan dari sebuah karya seni (Saini, 2003:132). Hadirnya persepsi merupakan bagian penting dalam proses komunikasi pakaian karnaval, untuk mengetahui respons konsumen atas penciptaan pakaian. Berdasarkan persepsi penonton, dapat diketahui tindakan yang akan dilakukan selanjutnya, apakah perlu dilakukan perbaikan dan inovasi lagi, untuk meningkatkan nilai ekonomi kain tradisional.

Penilaian positif dan negatif merupakan pilihan yang muncul atas persepsi-persepsi pada pengamat atau penonton (di luar pengguna pakaian). Negatif dan positif di sini dapat menyentuh persoalan etika atau moral dan nilai kepantasan yang terkandung pada pakaian karnaval, sebagai reaksi terhadap satu jenis gaya pakaian. Persepsi masyarakat dapat diarahkan melalui proses tertentu, merupakan bagian dari usaha-usaha industri, dalam rangka memengaruhi konsumen dengan gaya pakaian, sehingga secara tidak sadar orang lain akan mengikuti pola berpakaian yang menjadi pusat perhatian, yang ditentukan oleh para perancang pakaian. Persepsi masyarakat juga dapat dibangun melalui interaksi pada komunitas-komunitas sosial; makin luas jaringan sosial yang dilakukan, makin besar pengaruh atau jangkauan kemampuan dan peluang untuk memengaruhi. Keberhasilan promosi melalui gaya pakaian karnaval mengarah pada kesuksesan untuk mempromosikan merek dagang dari seorang perancang pakaian, dengan demikian dapat meningkatkan penjualan produk pakaian.

Persepsi akan terbangun dan terbentuk dengan sendirinya ketika seorang penonton menyaksikan pameran pakaian KJFW dan *cosplay*. Tentunya, latar belakang budaya dan ilmu pengetahuan yang berbeda akan menghasilkan persepsi yang berbeda-beda. Informasi yang disajikan melalui pakaian oleh perancang akan tersampaikan secara baik jika menggunakan komunikasi yang efektif. Komunikasi terjadi setidaknya jika suatu sumber membangkitkan respons pada penerima melalui penyampaian suatu pesan dalam bentuk tanda atau simbol, baik bentuk verbal (melalui perkataan) maupun bentuk nonverbal (bukan perkataan), tanpa harus memastikan terlebih dahulu, apakah kedua pihak yang berkomunikasi mempunyai suatu sistem simbol yang sama (Rich, 1974:4). Artinya, setiap orang bebas mempersepsikan pandangannya terhadap satu jenis gaya pakaian karnaval, sesuai dengan material dan pemikiran yang dimilikinya.

Misalnya, dalam penggunaan material kain batik pada pakaian KJFW dan *cosplay*, mungkin akan dipersepsikan orang lain tentang keberadaan sebuah kain tradisional dengan berbagai macam nilai filosofis dan dikerjakan melalui eksplorasi yang mendetail. Tentu hal itu akan dipersepsikan berbeda oleh orang yang berlatar pendidikan sejarah, matematika, atau ekonomi. Seperti diketahui, kain batik yang hadir dalam kehidupan masyarakat tradisional sampai modern digunakan sebagai pakaian kasual dan pakaian dengan sifat khusus menjadi sebuah karya seni ekspresi. Persepsi terbentuk berdasarkan apa yang pernah dilihat, ilmu pengetahuan yang dimiliki, dan pengalaman estetika yang pernah dirasakan. Termasuk tokoh pewayangan dengan pakaian yang didesain (bentuk dan warna) secara kontemporer menghasilkan persepsi masyarakat tentang wayang yang juga turut berkembang sesuai dengan kondisi dan dinamika budaya. Lihat pula penampilan pakaian Ratu Nyi Roro Kidul yang dibuat glamor dan megah, dipersepsikan oleh perancangnya sebagai seorang Ratu



Yang Agung dan cantik dengan menggunakan beberapa simbol dan tanda. Simbol-simbol ini yang ditangkap oleh para penonton menghasilkan persepsi yang berbeda-beda terhadap seorang Nyi Roro Kidul.

*Kedua*, terdapat fungsi ilmu pengetahuan, menceritakan latar belakang dan konsep kenapa pakaian diciptakan, berbicara mengenai siapa yang membuat dan siapa yang akan menggunakan pakaian, kapan dan di mana pakaian digunakan, dan berbicara juga mengenai pesan-pesan yang dibawa dalam pakaian. Ilmu pengetahuan juga menunjukkan sejarah pakaian, teknologi digunakan, kondisi sosial yang direkam, tren-tren tema pada waktu tertentu, dan termasuk persoalan kelas para perancang pakaian dan konsumen. Penciptaan pakaian karnaval sebetulnya secara langsung menunjuk siapa konsumen yang mampu membeli karena pakaian tersebut lebih ke arah benda koleksi dan benda pajang, bukan benda pakai. Dari konteks material dapat diketahui bermacam-macam informasi dan pengetahuan, misalnya: material pakaian karnaval yang menggunakan kain songket Palembang, dengan sendirinya akan menampilkan informasi mengenai ragam hias, pemaknaan ragam hias, struktur bahan, filosofis warna, dan termasuk permasalahan ekonomi.

Setiap jenis gaya pakaian memiliki struktur-struktur dan lapisan yang dapat diuraikan. Tidak terkecuali pada pakaian karnaval yang menampilkan unsur-unsur ilmu pengetahuan, baik pada struktur fisik, maupun pada struktur pemaknaan. Pada struktur fisik, dapat diidentifikasi berdasarkan unsur-unsur pakaian, dapat dilihat dan diraba; siapa yang memakai, jenis material yang digunakan, bentuk desain, kapan digunakan, dari daerah mana sumber ragam hiasnya, dan banyak struktur-struktur fisik lain yang dapat disebutkan. Pada struktur pemaknaan, pakaian karnaval tetap dapat diterjemahkan sebagai hasil pemikiran perancang pakaian yang tentunya berbicara ilmu pengetahuan, konsep kepercayaan yang berkembang pada masyarakat, budaya-budaya nusantara, dongeng, mitologi, komik, dan film. Demikian pula dari sudut pemaknaan, walaupun lebih terbatas dan terpola, tetapi pakaian karnaval merupakan usaha membangun pencitraan tentang peran-peran manusia dalam konteks waktu dan tempat yang terbatas. Bagaimanapun juga, apa yang dilakukan dan disajikan dalam pameran pakaian melalui karnaval merupakan bentuk promosi dengan tujuan dan dilakukan melalui cara tertentu, misalnya untuk menciptakan tren dengan menggunakan jasa periklanan. Periklanan merupakan suatu istilah yang menggambarkan tipe atau bentuk pengumuman publik apa pun yang dimaksudkan, untuk mempromosikan penjualan komoditas atau jasa spesifik, atau untuk menyebarkan sebuah pesan sosial atau politik (Danesi, 2010:362). Jelas, komoditas yang dijual adalah pakaian karnaval, konsep-konsep, dan menaikkan kelas merek dagang.

Fungsi ilmu pengetahuan adalah untuk menunjukkan proses dan karya desain, termasuk penanda karya seni sebagai artefak. Artefak di sini lebih dari benda fisik, tetapi memiliki dua macam pemahaman ideologis. Dua hal pemahaman ideologis yang dimaksud adalah: (1) suatu produk hasil desain terdiri atas bahan-bahan yang sudah terorganisasi secara khusus untuk melayani tujuan khusus manusia, organisasi atau bentuk atau desainnya yang merupakan bahan penyusunnya (perlu ditambahkan, bahwa ketika materi-materi yang dibutuhkan tidak ditemukan secara siap pakai di alam, sesuatu yang baru dapat ditemukan); (2) begitu produk-produk dibeli dan digunakan, produk tersebut mendapatkan dimensi simbolis atau sistem pertandaanya, serta mulai mengomunikasikan makna dan nilai-nilai (Walker, 2010:66). Misalnya dalam pembelian pakaian karnaval, tidak saja persoalan faktor fisik dan tampilan dari pakaian, tetapi menyangkut merek dagang dan kelas sosial perancang pakaian, untuk ikut serta menaikkan status sosial pembeli pada konteks sosial tertentu.

Pada fungsi pengetahuan, salah satunya juga menjawab persoalan sejarah pakaian, termasuk tema-tema yang diketengahkan ke dalam pakaian tertentu. Misalnya, pada pakaian *cosplay* dengan tema tokoh Samurai, tidak berhenti dengan tampilan fisik seorang pendekar samurai saja. Di dalamnya terdapat sejarah panjang tentang perjuangan dan keperkasaan seorang pendekar samurai. Pakaian samurai menjadi tanda untuk memberikan pengetahuan tentang sejarah mengenai cerita kepahlawanan, termasuk mengenai perjalanan penggunaan tekstil dan teknologi (pakaian dan senjata) dari waktu ke waktu.

*Ketiga*, berupa fungsi eksplorasi dan identifikasi, pakaian KJFW dan *cosplay* memberikan ruang interpretasi kepada para penonton, di antaranya: (a) memberikan informasi kepada orang lain mengenai produsen kapan diciptakan, teknologi yang digunakan, identitas perancang, bahan pembuat, jenis aksesoris yang digunakan, siapa pengguna, dan kenapa pakaian tersebut diciptakan; (b) pakaian yang sudah diberi identitas kegunaan mempunyai pesan-pesan yang ditentukan oleh perancang, baik pakaian dengan sifat khusus maupun dengan sifat-sifat umum. Di sini konsumen diatur untuk menyesuaikan dengan keinginan produsen (penciptaan tren) meskipun terkadang produsen membuat suatu gaya pakaian berdasarkan pada penelitian dan mewartakan keinginan konsumen. Kedua penjelasan tersebut menunjukkan adanya makna-makna pada sehelai pakaian karnaval, selain penilaian terhadap apa yang tampak pada permukaan.

Identifikasi secara mendalam terhadap pakaian karnaval, di dalamnya akan memperlihatkan aktivitas berkesenian dan mendesain, dengan proses eksplorasi tema, konsep penciptaan, sampai eksplorasi bahan, sebelum menjadi sebuah pakaian. Dari segi aktivitas dan karya, desain dapat ditempatkan dalam suatu posisi yang lebih objektif, yaitu: (1) desain sebagai suatu kegiatan riset yang menekankan segi inovasi, eksperimentasi, dan kreativitas; (2) desain sebagai integrasi berbagai cabang keilmuan, termasuk seni; (3) desain sebagai suatu fenomena sosial budaya, bahasa rupa, perkembangan teknologi, politik, dan nilai-nilai masyarakat; (4) desain sebagai wahana studi interdisiplin berbagai cabang ilmu (Sachari, 2005:29). Pakaian karnaval diciptakan berdasarkan hasil riset yang dilakukan terlebih dahulu, dilakukan percobaan yang sangat dibutuhkan kreativitas, sehingga dengan mengetahui tren mode, kemampuan dan kelemahan material, teknik produksi, dan manajemen pemasaran, mampu menghasilkan sebuah jawaban atas analisis kasus riset yang dilakukan.

Pada pakaian karnaval, riset secara mendalam dilakukan oleh para perancang, berbagai rujukan digunakan untuk menghasilkan karya seni yang sesuai dengan harapan, bagaimana menaikkan citra kain tradisional untuk mencapai nilai jual tinggi, termasuk proses mengkreasi dan memadupadankan material pakaian. Pakaian KJFW memiliki dasar-dasar pemikiran tentang adanya eksplorasi terhadap identitas sosial yang dimiliki oleh masyarakat (legenda, mitologi, cerita rakyat), eksplorasi terhadap perkembangan teknologi pakaian (mesin penunjang), dan memberi ruang eksplorasi untuk berbagai disiplin ilmu, misalnya: sejarah, sosial, budaya, teknologi, antropologi, dan termasuk pula psikologi. Dengan melakukan eksplorasi secara mendalam untuk melihat berbagai kreativitas yang beraneka ragam dalam membentuk pakaian karnaval, dapat diketahui identitas sosial budaya pada beberapa jenis pakaian yang penciptaannya bersumber dari dunia pewayangan Indonesia.

*Keempat*, memiliki fungsi komunikasi, memberikan suatu data, bahwa pakaian karnaval yang dihasilkan merupakan alat komunikasi, sarana berinteraksi dengan lingkungan sosial (perancang, konsumen), menunjukkan nilai-nilai tertentu yang terkandung di dalamnya. Untuk menciptakan komunikasi yang aktif, tentu harus dilihat lebih dahulu interaksi-interaksi antara pakaian dan pemakainya. Sebagai alat komunikasi, pakaian karnaval dapat memberikan beberapa informasi kepada orang lain yang terlibat didalam wilayah komunikasi, dan dengan sengaja melakukan pengamatan terhadap jenis pakaian tertentu. Eksplorasi dimaksudkan sebagai pendalaman dan pengamatan pada satu jenis gaya pakaian, dan pengamatan dilakukan untuk mendapatkan pemaknaan di dalamnya. Komunikasi merupakan proses sosial individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan tertentu (West & Turner, 2008:5). Komunikasi merupakan suatu proses *take and give* berbagai makna di antara dua orang (Al-'Aththar, 2012:10). Munculnya peran komunikasi sebagai penemuan revolusioner yang sebagian besar disebabkan oleh penemuan teknologi komunikasi, misalnya: radio, televisi, telepon, *handphone*, satelit, dan jaringan komputer (Morrisan & Wardhany, 2009:1-2). Tentu saja, komunikasi yang dimaksud tidak melalui perantara teknologi semacam telepon atau *handphone*, tetapi melalui simbol-simbol pada pakaian karnaval, melalui bahasa nonverbal. Atau, penyebaran gaya dan tren mode dilakukan dengan sengaja, menggunakan perantara teknologi, dengan bahasa-bahasa verbal dan nonverbal, misalnya: dengan iklan melalui televisi, brosur, pamflet, majalah. Dengan demikian, tren

gaya dapat disampaikan secara baik kepada konsumen, untuk tujuan peningkatan popularitas merek dan hasil penjualan.

Komunikasi dengan media pakaian dapat dikategorikan sebagai komunikasi nonverbal. Komunikasi nonverbal merupakan semua aspek komunikasi selain kata-kata sendiri, yang meliputi bagaimana cara mengungkapkan kata-kata, fitur-fitur, lingkungan yang memengaruhi interaksi, serta benda-benda yang memengaruhi citra pribadi dan pola interaksi (misalnya: pakaian, perhiasan, perangkat mebel) (Wood, 2009:131). Sebagai sebuah komunikasi nonverbal, diketahui melalui tanda-tanda nonverbal itu sendiri, dalam hal ini terwujud melalui pakaian KJFW dan *cosplay*. Dapat dicontohkan pada simbol warna hijau yang dipakai oleh Nyi Roro Kidul, bahwa warna tersebut merupakan warna yang disukai, sehingga siapapun yang berkunjung di wilayah pantai Selatan, dimitoskan untuk tidak memakai pakaian berwarna hijau. Simbol ini digunakan sebagai sarana komunikasi antara perancang dengan konsumen.

## **Fungsi Pakaian Karnaval Menurut Teori Fungsi Seni Edmund Burke Feldman**

Setiap karya seni yang diciptakan dan disajikan kepada penonton, dalam gagasan Feldman, memiliki beberapa fungsi. Karya pribadi atau kelompok akan berbicara mengenai alam pemikiran dan konsep-konsep yang tertata dan dikemas untuk menyampaikan pesan-pesan. Dalam hal ini karya seni difungsikan sebagai sarana penyampai pesan kepada orang lain. Fungsi, dalam batasan Feldman adalah seperangkat alat yang tidak dimaksudkan untuk mengatur kenapa seniman berkarya, tetapi lebih melihat pada hasil dan nilai kegunaan atas karya seni yang diciptakan. Pada akhirnya, karya seni sebagai produk dan alat komunikasi seniman terus diciptakan dalam gagasan yang senantiasa berkembang, seiring dengan evolusi yang terjadi di dunia seni itu sendiri.

Ketiga fungsi seni menurut Feldman, yaitu: fungsi pokok atau dasar, fungsi sosial, dan fungsi fisik, dijelaskan sebagai berikut.

### **Fungsi Pokok Seni**

Fungsi pokok merupakan nilai mendasar yang melekat pada setiap karya seni baik sengaja ataupun tidak sengaja ditampilkan oleh kreatornya. Termasuk pada pakaian karnaval, memiliki fungsi-fungsi pokok, yang diciptakan dengan konsep pemikiran dan tujuan penciptaan. Pada ranah lain, untuk dapat memenuhi kebutuhan ungkapan subjektif, fungsi pokok lebih menekankan kepada kemampuan untuk berkreaitivitas bagi seorang perancang pakaian karnaval. Pakaian karnaval dihasilkan dengan riset dan percobaan, melakukan saduran, atau terdiri atas gabungan dari beberapa pakaian yang sudah ada, sehingga menghasilkan bentuk yang lebih variatif. Selain mengembangkan dan memperbaiki pakaian karnaval yang telah ada, perancang pakaian juga menghasilkan bentuk-bentuk baru, biasanya lebih ke arah desain yang inovatif. Pakaian karnaval yang dihasilkan memiliki kecenderungan bersifat sebagai karya seni yang ekspresif.

Sebagai sebuah karya seni, secara keseluruhan visualisasi pakaian karnaval tidak dapat dipisahkan dari unsur-unsur desain, yang terdiri atas garis, bidang, tekstur, bentuk, dan warna. Unsur desain tersebut merupakan tampilan fisik yang tampak pada permukaan, dengan menggunakan pendekatan estetik, dapat diuraikan fungsi-fungsi unsur desain yang ada pada pakaian karnaval. Garis pada pakaian karnaval dapat berbentuk garis lurus dan lengkung, zig-zag, vertikal dan horizontal, berfungsi memberikan kesan-kesan imajinatif, serta menentukan karakter penokohan berdasarkan garis-garis desain. Fungsi pokok garis pada rancangan pakaian karnaval, untuk membatasi setiap bidang warna, berfungsi untuk memberi kesan simbol atau logo, dan membagi bidang-bidang sesuai dengan karakter desain. Bidang dapat berfungsi untuk memberikan kesan ruang, datar, ruang lengkung dan cembung, bidang tegas, serta kesan-kesan lain, ditentukan oleh satu jenis tokoh yang menjadi tema pakaian.

Unsur pokok lainnya adalah tekstur. Tekstur merupakan unsur desain yang dapat menampilkan sifat-sifat atau kesan tertentu untuk memberikan kualitas raba pada permukaan bidang, berfungsi untuk menyatakan rasa halus, berbintik-bintik, kasar, berserat, dan bercak-bercak, yang dimiliki oleh pakaian karnaval. Berdasarkan pada bentuk, dapat berupa bentuk geometris, yaitu: bujur sangkar, lingkaran, segitiga, persegi, dan juga bentuk-bentuk tidak beraturan. Warna berfungsi cukup penting dalam visualisasi desain, warna panas dan dingin, kontras dan harmoni, merupakan pilihan-pilihan warna yang sangat menentukan daya tarik satu jenis pakaian karnaval. Beberapa unsur desain dapat melihat fungsi dasar pakaian karnaval dalam beberapa aspek, diuraikan sebagai berikut.

*Aspek bentuk;* aspek ini merujuk pada bentuk fisik secara keseluruhan yang ditampilkan pada pakaian karnaval. Bentuk atau rancangan desain sebetulnya lebih dekat dengan gaya pakaian karnaval yang diciptakan oleh para perancang pakaian. Bentuk digunakan untuk menunjukkan salah satu karakter atau tokoh yang menjadi pusat perhatian, bersumber dari legenda, cerita rakyat, dan dongeng, sesuai dengan tema acara KJFW, misalnya: tokoh Ratu Ular, Dewi Lanjar, Ratu Nyi Roro Kidul, Wiro Sableng, dan Si Buta Dari Gua Hantu, atau bentuk-bentuk yang bersumber dari cerita pewayangan.

*Aspek ruang;* aspek ini merupakan salah satu unsur pembentuk pakaian, sifat tiga dimensi mutlak dimiliki setiap jenis pakaian karnaval. Ruang akan mengarah pada bentuk anggota-anggota tubuh, seperti: pada bentuk badan manusia menghasilkan satu ruang, dan dua ruang untuk tangan. Pada bagian ruas tubuh, dari pinggang ke kaki, menghasilkan bentuk celana, satu ruang untuk pinggang dan dua ruang untuk kaki. Akan tetapi, pakaian tersebut ada yang hanya memiliki satu ruang saja, misalnya pada rok dan bentuk gaun. Ruang memiliki sifat yang dominan pada bentuk tiga dimensi. Ruang dapat pula dijelaskan pada makna konotasi, memberikan kesan-kesan mendalam yang dapat dilihat melalui ragam hias dan warna pakaian karnaval.

*Aspek garis;* garis merupakan unsur pokok yang memang tidak dapat dipisahkan dari bentuk-bentuk karya seni. Unsur garis merupakan elemen-elemen yang terdiri atas garis lengkung, zig-zag, lurus, vertikal, diagonal, horizontal, serta garis tidak beraturan. Unsur garis dapat dilihat pada bentuk fisik pakaian dan visual ragam hiasnya. Kesan garis dapat terbentuk dari pertemuan warna pada pakaian karnaval, termasuk juga dengan garis-garis yang dimaksudkan sebagai ragam hias atau hiasan, baik ragam hias tetap dan tempelan.

*Aspek Warna;* warna memberi kesan efek dimensi dan cahaya yang diterima oleh pandangan mata manusia. Pemilihan dan penggunaan warna akan berpengaruh pada kualitas/nilai jual pakaian. Pakaian karnaval di Yogyakarta berwarna variatif, pencampuran beberapa warna primer dan sekunder. Pemilihan warna sesuai dengan tren mode pakaian dekade waktu tertentu, atau dapat mengacu pada karakter sesungguhnya dari apa yang menjadi rujukan pakaian. Warna merupakan interpretasi perancang pakaian terhadap satu jenis karakter tokoh, termasuk pemilihan konvensi warna untuk tujuan simbolis. Interpretasi terhadap warna terkadang tidak mengabaikan sumber penciptaan, misalnya penggunaan warna hijau, yang dipercaya memang warna kesenangan dari Nyi Blorong. Beberapa simbol warna juga tidak dapat digantikan, seperti pada pakaian Wiro Sableng yang identik berwarna putih. Perubahan tatanan kehidupan sosial dan politik, cukup berpengaruh pada konsep penciptaan dan penggunaan warna-warna pakaian. Warna-warna yang selama ini kurang lazim digunakan (merah, kuning, biru, oranye, ataupun warna-warna cerah dan tegas), adanya perubahan dan dinamisnya perkembangan gaya pakaian membawa pemahaman baru terhadap pemilihan warna.

*Aspek ragam hias;* ragam hias atau hiasan merupakan bagian desain yang cukup berperan dalam memberi efek tertentu pada pakaian karnaval. Pengaplikasian ragam hias bertujuan untuk memberikan keindahan dan nilai lebih (secara tampilan) pada satu pakaian karnaval, mempunyai tujuan untuk memberikan karakter dan ciri khas dari produsen satu jenis pakaian, termasuk penanda karakter pada tokoh tertentu. Sifat pakaian dengan kesan penuh dan ramai ragam hias, atau yang polos, dapat dikelompokkan berdasarkan material dan teknik pengaplikasian, yaitu: ragam hias bersifat tetap, sebagai aplikasi (tempelan), dan penggabungan keduanya, diuraikan sebagai berikut.

Ragam hias tetap; pertimbangan pembuatan ragam hias tetap (menyatu dengan bahan) didasari, bahwa pakaian yang akan dihasilkan dibuat massal, tidak memerlukan perhitungan ketepatan dalam penempatan hiasan, dan biasanya memiliki sifat umum (bukan pencirian), misalnya pada penggunaan batik cetak, atau kain tekstil lain. Proses selanjutnya ditentukan oleh peran perancang pakaian untuk mengolah menjadi pakaian tertentu, berdasarkan ragam hias tetap tersebut. Contohnya: aplikasi kain atau tekstil nusantara menjadi suatu bentuk pakaian karnaval, baik berwujud pakaian (rok, baju, rompi), maupun aksesoris (topi, ikat rambut).

Ragam hias aplikasi/tempelan; bentuk aplikasi ragam hias ini dapat dilakukan dengan teknik bordir, kolase, dan cetak, dalam pola geometrik, nongeometrik, simetris, atau dalam bentuk lain, menyesuaikan konsep perancangan karakter tokoh berdasarkan ide penciptaan perancang pakaian. Sifat ragam hias sebagai benda tambahan pada pakaian memiliki tujuan tertentu dan merupakan proses menyiasati bahan pakaian polos menjadi bermotif. Pembubuhan ragam hias tersebut biasanya karena motif-motif tambahan tidak dapat dikerjakan menyatu pada saat bahan pakaian diproduksi, serta untuk memberikan karakter dan ketepatan penempatan ragam hias pada pakaian karnaval, misalnya: teknik bordir dan ragam hias khusus untuk cetak (baik sablon atau *printing*). Penggunaan aplikasi tempel juga berperan untuk memberikan kesan dan karakter tokoh, misalnya logo perguruan, logo klan atau kelompok, termasuk aplikasi simbol-simbol yang digunakan untuk mempertegas rancangan desain.

Ragam hias tetap dan aplikasi; peran seorang perancang menjadi penting ketika dihadapkan material pakaian karnaval dengan teknik aplikasi. Peluang kreativitas dituntut untuk menghasilkan perpaduan antara ragam hias tetap dan aplikasi, sehingga pakaian yang tercipta akan berbeda dengan perancang lainnya. Pakaian karnaval dengan bahan ini cukup unik, perpaduan antara produk mesin dengan keterampilan tangan, sehingga tidak jarang konsumen lebih cenderung memilih pakaian dengan ragam hias tetap dan aplikasi. Contohnya: motif batik di kontur dengan teknik bordir, atau motif batik yang konturnya diberi cetak timbul, aplikasi payet dan manik-manik pada ragam hias flora, serta bordir pada batik modifikasi dengan ragam hias *Mega Mendhung*, *Parang*, dan *Ceplok*.

Secara umum terdapat tiga fungsi ragam hias berdasarkan pada penerapannya, yaitu: (1) ragam hias aktif, yang digunakan pada elemen bangunan, berfungsi sebagai konstruksi dan sekaligus sebagai hiasan; (2) ragam hias pasif, digunakan pada elemen bangunan, pada benda pakai dan nonpakai, tidak berfungsi konstruktif, melainkan sebagai hiasan; (3) ragam hias simbolis, sebagai hiasan sekaligus bermakna simbolis atau perlambang (Befon, 1996:915). Ragam hias yang diaplikasikan pada pakaian karnaval adalah berjenis ragam hias pasif dan ragam hias simbolis. Ragam hias pasif menunjuk pada hiasan yang diaplikasikan pada pakaian karnaval, sedangkan bernuansa simbolis pada saat penggunaan simbol, selain sebagai hiasan juga bermakna tertentu (misal: ragam hias batik, simbol perguruan, simbol kelompok dan komunitas, atau simbol kependekaran lainnya).

*Aspek tekstur*; tekstur berhubungan dengan efek rasa yang ditimbulkan dari satu jenis pakaian (kain), yang diterima oleh indera perasa dan peraba, misalnya: rasa kasar dan halus, sedang, atau kasar. Sebagian para perancang pakaian juga memberikan penekanan dan menjadikan efek tekstur tersebut sebagai karakter dan ciri khas produknya. Aspek ini lebih dekat dengan istilah material pakaian karnaval.

Selain memiliki beberapa aspek estetis tersebut, pakaian karnaval dapat diuraikan lagi menjadi beberapa unsur. Beberapa unsur tersebut merupakan pembentuk wujud yang ditampilkan oleh pakaian. Beberapa unsur tersebut adalah unsur fisik, rupa, kejiwaan, dan sosial. Unsur fisik adalah seperti material dalam produk pakaian, termasuk material aksesoris yang digunakan. Unsur fisik menjelaskan tampilan secara visual berdasarkan penampilan permukaan pakaian karnaval. Unsur rupa sebagai bentuk visual yang terdiri atas susunan bentuk desain dan ragam hias. Unsur yang menjelaskan karakter dan pembentukan tokoh sesuai dengan rancangan desain. Unsur rupa memberi ruang interpretasi pada konsumen, yang dapat dibaca berdasarkan penggunaan ragam hias tertentu. Unsur

kejiwaan tampil sebagai wujud kejiwaan. Pakaian yang ditampilkan memiliki bermacam rasa, emosi, ingatan, pengalaman, dan pikiran. Hal semacam ini mengacu kepada alasan pembuatan pakaian karnaval atas tren tertentu, termasuk menampilkan semangat dan kejiwaan melalui rancangan desain yang membentuk tokoh tertentu. Unsur sosial adalah yang dimaknai dalam tatanan masyarakat sosial di Yogyakarta dan diasumsikan sebagai bagian budaya. Misal: pada mitos Nyi Roro Kidul, Nyi Blorong. Tafsir yang berbeda-beda akan dimunculkan pada masyarakat, sesuai dengan pakaian tokoh-tokoh yang diciptakan oleh para perancang.

Beberapa aspek dan unsur yang telah dijabarkan merupakan bagian yang terdapat pada setiap pakaian karnaval, dan nilai-nilai tersebut menjadi salah satu pembentuk dan pengikat sebuah karya seni yang utuh. Nilai-nilai semacam ini, berdasarkan sudut pandang fisik menampilkan fenomena maraknya kontes pakaian jalanan, termasuk di Yogyakarta. Ranah dunia rancangan dan industri pakaian menunjukkan terjadi progres dan dinamika desain yang luar biasa. Perkembangan dan perubahan pada gaya pakaian merupakan usaha yang dilakukan untuk meningkatkan citra kain dan tekstil Indonesia di mata dunia internasional. Pada ranah lain pengangkatan kembali cerita rakyat dalam kehidupan masyarakat modern, selain memperkenalkan budaya tradisi, juga memberikan edukasi budaya kepada masyarakat. Kemasan secara keseluruhan merupakan bagian penting dari perkembangan gaya pakaian, baik secara sosial, budaya, teknologi, dan dari segi estetika, yang berlaku di Indonesia.

Jika mengacu pada pendapat Chaney (1996:214–216), terdapat lima aspek institusionalisasi gaya massa dalam modernitas yang secara akumulatif menyoroti arti penting sensibilitas. *Pertama*, gaya tidak akan ada tanpa keberadaan proses produksi yang menyediakan objek-objek dan aktivitas sosial baru bagi sarannya dan menciptakan wacana terkait kritisisme, publisitas, dan dukungan untuk menjelaskan inovasi-inovasi. Gaya menunjukkan eksistensi industri-industri konsumen dan hiburan. Dalam hal ini terdapat peran-peran penting yang dilakukan oleh perancang, industri, dan penyelenggara pameran pakaian karnaval. *Kedua*, terdapat semiotika dan dramaturgi bagi penampilan yang modis; penampilan modis berkaitan dengan konvensi dalam menggambarkan perbedaan seksual dalam konteks sosial. Pakaian berhubungan dengan komunikasi daya tarik seksual dan erotik, dorongan mengejar hedonisme dan kesenangan ragawi, mendorong kesadaran diri. *Ketiga*, gaya merelatifkan cita rasa, berperan bagi inklusi dan eksklusivitas. *Keempat*, gaya menjembatani antara identitas sosial dan personal. Keberadaan acara KJFW memberi ruang promosi identitas perancang kepada masyarakat umum, tidak terkecuali promosi yang dilakukan oleh komunitas, lembaga, dan institusi yang terkait dengan acara tersebut. *Kelima*, aspek identifikasi, mempertemukan kesepakatan massa laki-laki dan massa perempuan. Gaya dikecam sebagai suatu proses indoktrinasi, menghilangkan keanekaragaman cara, yang melalui gaya modis dapat digunakan untuk mengartikulasikan ketidaksepahaman dan kesepakatan. Hal ini menjadi wacana oposisional, yang membawa kembali ke alam rumitnya persoalan subkultur dan gaya hidup. Jelas bahwa pakaian karnaval dihadirkan dalam upaya membentuk identitas sosial dan personal, dihadirkan dalam kemasan modis untuk hiburan, melakukan perbedaan seksual, serta perwujudan kesepakatan antara massa laki-laki dan perempuan mengenai gaya pakaian.

## **Fungsi Sosial Seni**

Seni sebagai dialektika kebudayaan menjadi bagian dari fungsi sosial seni seperti yang dibicarakan oleh Feldman. Dialektika mempunyai dasar pemikiran kritis tentang konsep-konsep, arti, dan posisi seni dalam kebudayaan masyarakat, termasuk keberlangsungan perkembangan suatu bentuk karya seni. Menurut Feldman, seni melakukan fungsi sosial jika: (1) berusaha untuk memengaruhi kelompok manusia; (2) hal ini dibuat untuk dapat dilihat atau digunakan dalam situasi umum; (3) menggambarkan aspek-aspek kehidupan bersama oleh semua sebagai lawan dari pengalaman pribadi. Pakaian karnaval secara sadar melakukan fungsi sosial untuk memengaruhi orang lain, sebagai upaya untuk menciptakan tren-tren pakaian. Tren pakaian saling terkait dengan fungsi karya seni sebagai

benda pameran, untuk dilihat atau digunakan dalam situasi tertentu. Didalamnya, tergambar aspek kehidupan seorang perancang dan konsumen pakaian.

Struktur sosial pakaian KJFW dan *cosplay* adalah bagaimana ruang-ruang komunikasi diciptakan sebagai cara untuk mempertemukan ruang personal perancang kepada masyarakat umum. Adanya komunikasi dalam bentuk struktur-struktur tertentu sangat memungkinkan terjadi proses saling memengaruhi tentang konsep-konsep pakaian karnaval secara luas, minimal pada konteks dan tempat yang terbatas. Pakaian KJFW dan *cosplay* bukan diciptakan untuk konsumsi personal, melainkan dihadirkan untuk dapat dinikmati oleh masyarakat umum, menjadi sarana pendidikan, sumber hiburan dan kesenangan, penyampaian simbol-simbol, sarana penyembuhan, dan pernyataan identitas. Konsep dan keutuhan bentuk visual menjadi penting, sebagai sesuatu sarana yang digunakan untuk melengkapi fungsi sosial seni. Pameran pakaian dengan karnaval, merupakan promosi terbuka untuk melihat minat dan antusias masyarakat, termasuk konsumen, terhadap hasil rancangan para perancang pakaian karnaval. Bahkan, di Yogyakarta pertunjukan pameran pakaian melalui karnaval dijadikan salah satu bagian acara pariwisata, yang memang bertujuan untuk menghibur masyarakat umum.

Pakaian karnaval menjadi sarana pembelajaran dan pendidikan dalam hal pengetahuan umum tentang bahan dan ragam hias, sejarah, teknologi dan proses produksi, hal estetika, sampai pada pemaknaan. Pada sejarah penyelenggaraan acara KJFW misalnya, dalam konteks kesejarahan telah dilaksanakan dari tahun 2007 sampai 2014, dengan berbagai macam tema, bertujuan untuk menaikkan citra kain dan tekstil nusantara, menekan laju impor pakaian, mempromosikan kemampuan perancang dan industri pakaian Indonesia pada level internasional. Berbagai macam tema yang diketengahkan tidak saja persoalan budaya masyarakat, tetapi juga mengenai pemanasan global, penghijauan, dan perawatan bumi. Sarana pendidikan lain dapat dilihat dari aspek ragam hias, yang dipahami sebagai hasil budaya dengan nilai-nilai filosofis mendalam. Nilai filosofis pada ragam hias memberikan berbagai macam nasihat dan falsafah kehidupan, nasihat keagamaan dan kepercayaan, tentang kebijaksanaan, penolak bahaya, pemberi keberuntungan, penanda identitas kesukuan. Ragam hias menjadi produk budaya materi yang sumber penciptaannya berdasarkan alam, binatang, kehidupan sehari-hari, dan hal keagamaan, yang disimbolkan melalui tanda-tanda tertentu.

Pakaian karnaval dapat dijadikan sebagai sarana untuk mendapatkan hiburan dan kesenangan psikologis. Seperti pada pameran karya seni rupa pada umumnya, salah satu fungsi sosial adalah menghibur dan memberi kesenangan kepada orang lain selaku penikmat. Dalam situasi tersebut, pakaian karnaval difungsikan secara kontekstual dan memiliki fungsi-fungsi. Beberapa gaya pakaian karnaval memberikan jawaban atas keinginan masyarakat atau komunitas-komunitas. Misalnya, para penggemar gaya pakaian tokoh animasi Naruto dapat terhibur setelah menyaksikan pameran pakaian dengan karakter Naruto. Demikian pula yang lainnya, jika sebelumnya Nyi Roro Kidul, Nyi Blorong, dan tokoh lain, hanya terdapat dalam cerita rakyat, legenda, dongeng, atau mitos, melalui pameran pakaian karnaval akan memberi kepuasan psikologis dan kesenangan yang luar biasa kepada para penonton (penikmat cerita rakyat), menjadi jawaban atas rasa penasaran mengenai tokoh-tokoh yang selama ini terdapat dalam dunia cerita.

Fungsi sosial sering dihubungkan dengan produk massal, dijadikan sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan komunikasi sosial antarmasyarakat, yang bertujuan untuk dibicarakan dan dipakai oleh khalayak umum. Fungsi sosial dapat dipengaruhi oleh sistem pemerintahan dan kekuasaan, ekspresi kolektif, kondisi sosial budaya masyarakat, dan sifat-sifat komunal. Pada bagian ini peran pakaian karnaval lebih jelas, untuk mampu menciptakan komunikasi yang ideal, antara perancang pakaian, penonton/konsumen, dan pasar, sehingga perkembangannya diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pasar. Desain pakaian karnaval yang diciptakan tidak selalu harus memandang dan mengikuti selera konsumen, tetapi bagaimana mampu mempertahankan kualitas dan integritas perancang pakaian melalui karya yang dihasilkan, sebelum masuk pada masyarakat sosial dan industri. Acara KJFW merupakan salah satu bagian yang kecil, menjadi sarana untuk meningkatkan popularitas

kain tradisional dan tekstil Indonesia, dengan tetap mempertahankan elemen keindahan yang ditampilkan dan diaplikasikan pada pakaian karnaval. Contohnya, pengaplikasian kain batik pada pakaian karnaval dan aksesoris, sebagai upaya untuk memasyarakatkan kain batik secara luas, termasuk pada masyarakat internasional.

Pengaplikasian kain batik pada beberapa pakaian karnaval, bukan tanpa pertimbangan, melainkan sebagai bagian dari konsep kenusantaraan yang sering di angkat dalam konsep pakaian KJFW. Menjadi semacam penanda kelokalan pada pakaian karnaval gaya Indonesia, yang memiliki kualitas baik, tidak kalah dengan kemampuan hasil industri tekstil dari negara lain. Bahkan, beberapa kain dan tekstil dari Indonesia sangat bersaing dan mulai digunakan oleh perancang internasional sebagai material pakaian. Belum lagi pengakuan UNESCO terhadap kain batik secara internasional yang mengakui hasil kebudayaan Indonesia. Perlu diketahui, kain dan pakaian batik pernah menjadi penanda kelas pada masyarakat kolonial yang dibeda-bedakan berdasarkan ras dan status sosial. Hal ini untuk membedakan kaum penjajah dengan orang-orang pribumi, ataupun orang-orang yang seideologi atau tidak sepaham dengan Belanda.

Menurut Taylor (2005), penggunaan batik sebagai kain untuk perempuan Indonesia dan perluasan rancangan, menghasilkan perubahan pada model kebaya. Kain batik tulis dan kebaya pendek menjadi pakaian para ibu rumah tangga Belanda dan dipakai juga oleh perempuan Indonesia dan Jawa. Akhir abad ke-19 batik menjadi bahan pakaian bagi perempuan Jawa biasa. Para pengurus rumah tangga Jawa yang bekerja untuk para Belanda memakai kebaya putih dan kain batik, sedangkan perempuan Jawa biasa menggunakan batik produksi pabrik dan kebaya katun bergambar. Variasi dalam sebuah pakaian sangat penting untuk memisahkan para perempuan ini sesuai dengan kedudukan dan status sosial masing-masing. Variasi ini merupakan identifikasi kelompok etnis, pekerjaan, dan status sosial masing-masing orang sesuai dengan pakaian yang digunakan (Taylor, 2005:149–151). Berdasarkan kebanggaan atas kekayaan budaya Indonesia, keindahan kain batik, dan makna-makna di dalamnya, kain batik digunakan oleh peserta karnaval setiap kali penyelenggaraan KJFW.

Selain dari faktor fisik dan keindahan, kerumitan dan nilai historikal yang melekat pada kain batik memberikan catatan penting mengapa kain ini layak digunakan sebagai penanda lokalitas dan kekayaan hasil budaya, sekaligus memberikan pemahaman karya seni yang dihasilkan secara khusus membicarakan tradisi masyarakat Indonesia. Hasilnya adalah bagaimana kain batik ini teraplikasi pada beberapa pakaian KJFW dan *cosplay*, baik menyatu dalam pakaian, maupun digunakan sebagai pelengkap aksesoris. Hal tersebut menunjukkan dan membuktikan kemampuan kain batik untuk mempertahankan peran dan fungsi sosial dalam kehidupan masyarakat modern sekalipun.

### **Fungsi Fisik Seni**

Salah satu fungsi yang diprioritaskan pada karya seni aplikatif adalah untuk memenuhi kebutuhan fisik manusia. Suatu produk yang ditekankan pada nilai kegunaan pakaian, misalnya pakaian pesta, pakaian resepsi, pakaian ke tempat ibadah, termasuk pakaian karnaval yang diproduksi untuk tujuan pameran. Fungsi fisik berkaitan erat dengan tampilan visual pada produk pakaian karnaval yang dihasilkan, misal: penggunaan ornamen atau ragam hias untuk maksud simbol-simbol, konsep penciptaan tertentu untuk memberikan informasi. Dengan melihat tampilan fisik, seseorang diharapkan terpengaruh untuk turut serta di dalamnya, menerima informasi yang disampaikan secara utuh, kemudian menyampaikan informasi ini kepada orang lain dengan baik. Pameran pakaian merupakan penyajian dan menampilkan keindahan dari unsur-unsur fisik, sehingga dapat ditonton dan dinikmati orang lain. Dari faktor fisik, proses pameran untuk tujuan promosi, berlangsung sesuai dengan persyaratan komunikasi efektif, yaitu tersedianya alat komunikasi.

Selain fungsi fisik, pakaian karnaval dan ragam hiasnya memiliki fungsi psikis, yaitu: pemenuhan kebutuhan kepuasan terhadap keinginan untuk mendapatkan pengalaman estetis. Pengalaman estetis di sini berbicara mengenai sisi lain dari fungsi fisik pakaian karnaval karena



fungsinya tidak semata-mata sebagai benda hiasan dan fungsional saja, tetapi dapat menjawab kebutuhan keindahan. Pengalaman estetis berkaitan erat dengan nilai estetis yang merupakan kemampuan dari sesuatu benda apa pun untuk menimbulkan pengalaman estetis kepada orang yang mengamati benda tersebut. Orang tidak lagi hanya membahas sifat-sifat yang merupakan kualitas dari benda estetis, tetapi juga mengkaji kualitas dari pengalaman estetis (Sahman, 1993:151).

Dalam menjelaskan fungsi fisik perlu diingat bahwa kesenian merupakan salah satu unsur kebudayaan yang tidak dapat dilepaskan dari aspek-aspek individu dan masyarakat pendukungnya. Apa yang dibicarakan oleh Koentjaraningrat (1990:203–204), bahwa isi pokok setiap kebudayaan di dunia terdiri atas tujuh bagian, yaitu: bahasa, sistem pengetahuan, organisasi sosial, sistem peralatan hidup dan teknologi, sistem mata pencaharian hidup, sistem religi, dan kesenian. Setidaknya dalam sistem pakaian karnaval dan acuan tujuh unsur kebudayaan universal, dengan melihat bentuk fisik, dapat dilihat pakaian KJFW dan *cosplay* menyangkut hal-hal sistem pengetahuan, organisasi sosial, sistem peralatan hidup dan teknologi, sistem mata pencaharian hidup, sistem religi, dan kesenian. Selain merupakan produk budaya, pakaian karnaval sebagai produk seni memiliki beberapa nilai, yaitu: nilai pakai, atau nilai ekonomi dalam kaitannya dengan mata uang; nilai kisah, dapat berupa nilai religius, moral, historik; dan nilai formal atau lahiriah sebagai desain, nilai intrinsik pada karya seni sebagai sebuah karya seni (Sahman, 1993:151).

Dalam fungsi fisik, pakaian KJFW dan *cosplay* diciptakan dengan tetap memerhatikan konsep kenyamanan berpakaian. Nyaman dalam konteks fisik, ketika pakaian tersebut digunakan. Konsep-konsep kenyamanan ini dapat direncanakan melalui perancangan desain pakaian itu sendiri. Menurut Bruce Archer dalam Sachari (2005:6), desain adalah salah satu bentuk kebutuhan badani dan rohani manusia, dijabarkan melalui berbagai bidang pengalaman, keahlian, dan pengetahuan yang mencerminkan perhatian pada apresiasi dan adaptasi terhadap sekelilingnya, terutama berhubungan dengan bentuk, komposisi, arti, nilai, dan berbagai tujuan benda buatan manusia. Keahlian dan pengetahuan merupakan kata kunci yang menempati peran penting dalam proses mendesain suatu produk, termasuk pakaian KJFW dan *cosplay*.

Kepentingan ekspresi seni tetap tidak akan mengabaikan fungsi fisik, apalagi menyangkut pembuatan desain produk. Desain produk menekankan perhatian utamanya pada hubungan antarmanusia sebagai pemakai dan produk sebagai benda pakai. Penekanannya terdapat pada pengembangan hubungan timbal balik yang melibatkan pertimbangan mencakupi aspek teknis, fungsi, psikologis, dan pasar. Pengembangan desain suatu produk memerlukan wawasan yang memadai tentang bahan, proses produksi, perilaku manusia, tuntutan sosial, budaya, dan ekonomi. Pakaian sebagai benda produk bukan sekadar efisien dalam mekanisme dan ekonomi, melainkan juga harus memerhatikan faktor moral, sosial, dan dampak lingkungan (Windharto, 1996:13). Pembuatan desain pakaian karnaval, setelah melalui riset permasalahan, merupakan solusi yang ditawarkan sebagai usaha untuk pemenuhan kebutuhan manusia baik sebagai benda dengan nilai kegunaan maupun sebagai benda untuk kebutuhan keindahan.

Fungsi fisik menekankan nilai kegunaan pada pakaian karnaval yang diciptakan. Nilai kegunaan pakaian karnaval bergeser dari fungsi pakai menjadi fungsi hias. Pakaian karnaval terikat pada tujuh unsur kebudayaan universal, dengan melihat bentuk fisik, dapat dilihat pakaian KJFW dan *cosplay* menyangkut hal-hal sistem pengetahuan (sejarah, ilmu desain), organisasi sosial (perancang pakaian, komunitas), sistem peralatan hidup dan teknologi, sistem mata pencaharian hidup, sistem religi, dan sebagai produk kesenian. Secara umum, pakaian karnaval tidak mengabaikan konvensi kenyamanan dalam rancangan desain. Kepentingan perancang pakaian melalui ekspresi karya seni, tetap tidak akan mengabaikan fungsi fisik pakaian karnaval karena ada aturan yang telah mengikat mengenai pembuatan desain produk pakai.

## SIMPULAN

Pakaian karnaval memberi ruang persepsi dan interpretasi bagi orang-orang yang melihatnya. Persepsi dapat diciptakan untuk tujuan tertentu, baik kepentingan penyebaran pengetahuan maupun kepentingan ekonomi. Dari paradigma pengetahuan, pakaian menunjukkan informasi siapa perancang dan pemakainya, kapan dan di mana digunakan, pesan-pesan yang disampaikan, termasuk persoalan sejarah, teknologi, sistem sosial politik, dan tren-tren pakaian. Pakaian dapat menampilkan identitas pemakai, produsen, dan identitas kegunaan (tujuan). Seperangkat pakaian merupakan alat komunikasi, untuk berinteraksi antara perancang dengan konsumen, tidak terkecuali sebagai pewacanaan makna-makna terhadap simbol-simbol yang ditampilkan.

Setiap karya memiliki bentuk dan nilai-nilai sebagai fungsi pokok sebuah karya seni. Visualisasi pakaian karnaval tidak terlepas dari unsur-unsur desain, yaitu: garis, bidang, tekstur, bentuk, dan warna. Selain itu, masih terdapat aspek desain yang meliputi bentuk, ruang, garis, warna, ragam hias, dan aspek tekstur. Aspek-aspek ini dikenal pula sebagai aspek estetis. Pada pakaian karnaval terdapat unsur pembentuk wujud, yaitu: unsur fisik (bahan yang digunakan), unsur rupa (bentuk desain dan ragam hias), unsur kejiwaan (emosi perancang dan konsumen), dan unsur sosial (menampilkan gejala sosial).

Struktur sosial pakaian KJFW dan *cosplay* adalah bagaimana ruang-ruang komunikasi diciptakan sebagai cara untuk mempertemukan ruang personal perancang kepada masyarakat umum. Interaksi sosial antara pakaian karnaval dan konsumen memungkinkan terjadinya perubahan tren pakaian secara dinamis. Fungsi sosial terkait pula dengan persoalan sosial politik, ekspresi komunitas, dan kepentingan industri. Pada beberapa jenis kain dan pakaian dapat digunakan sebagai penanda status sosial, misalnya kain batik yang pernah diposisikan sebagai penanda kelas pada zaman kolonial. Dialektika pakaian karnaval pada konteks sosial merupakan wujud terjadinya interaksi melalui komunikasi antara perancang, konsumen, dan pihak industri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahimsa-Putra, H. S. (2001). *Strukturalisme Levi-Straus; Mitos dan Karya Sastra*. Yogyakarta: Galang Press.
- Al-'Aththar, M. A. (2012). *The Magic of Communication*. Jakarta: Zaman.
- Barnard, M. (2009). *Fashion sebagai Komunikasi: Cara mengkomunikasikan identitas sosial, seksual, kelas, dan gender* (Cetakan ke-2). Yogyakarta: Jalasutra.
- Barthes, R. (1983). *The Fashion System*. New York: Hill and Wang.
- Befon, W. (1996). *Encyclopedia Britannica*. Chicago, London: Encyclopedia Britannica.
- Chaney, D. (1996). *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Corson, R. (1981). *Stage Makeup*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Danesi, M. (2010). *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenal Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Jalasutra.
- Feldman, E. B. (1967). *Art as Image and Idea*. New Jersey: Prentice Hall.

- Gustami, S. P. (1992). *Filosofi seni kriya tradisional Indonesia*. *SENI: Jurnal Pengetahuan dan Penciptaan Seni*, 2. Yogyakarta: BP ISI Yogyakarta.
- Koentjaraningrat. (1990). *Pengantar Ilmu Antropologi* (Cetakan ke-8). Jakarta: Rineka Cipta.
- Morris, D. (2002). *Peoplewatching: The Desmond Morris Guide to Body Language*. London: Vintage Books.
- Morris, D. (1977). *Manwatching: A field guide to human behavior*. New York: Harry N. Abrams.
- Morrison & Wardhany, A. C. (2009). *Teori Komunikasi*. Bogor: Yudhistira Ghalia Indonesia.
- Rich, A. L. (1974). *Interracial Communication*. New York: Harper & Row.
- Sachari, A. (2005). *Pengantar Metodologi Penelitian Budaya Rupa: Desain, Arsitektur, Seni Rupa dan Kriya*. Jakarta: Erlangga.
- Sahman, H. (1993). *Mengenal Dunia Seni Rupa: Tentang seni, karya seni, aktivitas kreatif, apresiasi, kritik dan estetika*. Semarang: IKIP Semarang.
- Saini, K. M. (2003). *Penciptaan seni: menapak dan meninggi*. *SENI: Jurnal Pengetahuan dan Penciptaan Seni*, 9, Yogyakarta: BP ISI Yogyakarta.
- Taylor, J. G. (2005). *Kostum dan gender di Jawa kolonial tahun 1800-1940*. Dalam H. S. Nordholt (Ed), *Outward Appearances: Trend, Identitas, Kepentingan* (Cetakan ke-1). Yogyakarta: LKIS.
- Walker, J. A. (2010). *Desain, Sejarah, Budaya: Sebuah pengantar komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- West, R., & Turner, L. H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Windharto, A. (1996). *Pendidikan dan profesi desain produk industri di Indonesia*. *Seni Rupa*, 6.
- Wood, J. T. (2009). *Communication in Our Lives*. USA: University of North Carolina at Capital Hill.